

กาญจนารณ์ ศิริปัญญา 2550: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชม เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์โสภณ กาว เพชรานนท์, Ph.D. 131 หน้า

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1)สภาพทั่วไปของเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี 2)พฤติกรรม นักท่องเที่ยว 3)ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ 4)ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนบุคคลกับการให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มาเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 325 ตัวอย่าง ตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2549 - มกราคม พ.ศ. 2550 และวิเคราะห์โดยใช้ Chi-Square t-test และ F-test เพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาเยี่ยมชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อชมสัตว์ เหตุผลที่มาเยี่ยมชมเพราะต้องการความรู้เกี่ยวกับสัตว์ โดยมากับญาติหรือครอบครัว ในวันหยุดเทศกาลเป็นส่วนใหญ่และมาในช่วงเวลา 19.00-20.00 น. มีลักษณะในการมาเยี่ยมชมโดยใช้รถยนต์ ส่วนตัวและมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง 500-1,500 บาท การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 พบว่า 1)วัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชมมี ความสัมพันธ์กับเพศ และอาชีพ 2)ผู้ร่วมเดินทางมาเยี่ยมชมมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3)การเลือกวันในการมาเยี่ยมชมมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 4)ช่วงเวลาในการมาเยี่ยมชมมีความสัมพันธ์กับอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 5)ค่าใช้จ่ายในการมา เยี่ยมชมมีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับระดับความสำคัญของส่วน ประสมทางการตลาดค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 และการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาครั้งนี้ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ควรมีการดูแลและพัฒนาปรับปรุงทางด้านลักษณะ ภูมิทัศน์ เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม และควรจะมีการคัดเลือกสัตว์ที่มี ลักษณะแข็งแรงมีการเลี้ยงดูที่ดีมาจัดแสดง และควรมีการอบรมและให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อให้การบริการมี ประสิทธิภาพ

กาญจนารณ์ ศิริปัญญา
ลายมือชื่อผู้เขียน


ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

28 / 05 / 2007